

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA GOLFER BARU
PERMATA SENTUL GOLF AND COUNTRY CLUB BOGOR**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh:
RISKA SEPTYANA
044115531**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JULI 2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Riska Septyana
NPM : 044115531
Judul : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Golfer Baru Permata Sentul Golf and Country Club Bogor

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peuguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI

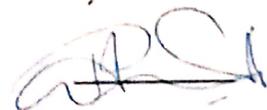
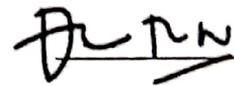
Menyetujui

Pembimbing I : Dr.David Rizar Nugroho, M.Si
NIK. 1.0909 048 514

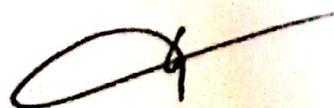
Pembimbing II : Feri Ferdinan Alamsyah, M.Ikom
NIK. 1.0614 025 629

Pembaca : Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn
NIK. 1.0113 001 607

Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 26 Juli 2019



Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Agnes Setyowati H.,M.Hum
NIK : 1 0295 006 229



Ketua Program Studi



Muslim.M.Si
NIK: 1 0909 048 513

ABSTRAK

RISKA SEPTYANA. 044115531. 2019. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pemain Golf Baru di Permata Sentul Golf and Country Club Bogor. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan : Dr. David Rizar Nugroho,SS, M.Si. Dan Feri Ferdinan Alamsyah, M.I.Kom

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penggunaan komunikasi pemasaran terpadu dalam meningkatkan jumlah anggota golfer baru di Permata Sentul Golf dan bagaimana strategi komunikasi pemasaran terpadu diimplementasikan. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menguraikan secara deskriptif data primer dari wawancara dan penelusuran data sekunder observasi dan dokumentasi. Penelitian ini dilaksanakan di Permata Sentul Golf and Country Club Bogor pada bulan Januari 2019- Juni 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan komunikasi pemasaran terpadu Permata Sentul Golf pada tahun 2018 relevan dan efektif berhasil untuk tujuan utama komunikasi pemasaran, yaitu peningkatan jumlah pelanggan baru. Strategi dilakukan dari tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Ditemukan bahwa alat bauran komunikasi yang berperan besar pada tujuan utama peningkatan jumlah pelanggan baru adalah melalui *event*, yang lain sebagai penunjang atau pendukung untuk peningkatan penjualan.

Kata kunci : Komunikasi Pemasaran Terpadu, Penjualan, Peningkatan Anggota Golfer.